

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
NASABAH MELALUI KEPUASAN NASABAH SIMPEDA BANK
JATENG**

(Studi Kasus Pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang)



RINGKASAN

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan pendidikan Strata 1
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro Semarang**

Disusun Oleh:

Nama : Safond Agung Perwira

NIM : D2D008115

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2015**

Abstrak

Perkembangan sektor perbankan ini menimbulkan persaingan yang ketat. Persaingan mengharuskan setiap bank berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang baik pada nasabahnya, baik secara kualitas dengan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan atau nasabah (*customer satisfaction*). Oleh karena itu seorang manajer bank dalam usaha mencapai tujuan perusahaan haruslah mampu menentukan strategi bersaing yang tepat dalam menciptakan kepuasan dengan pelanggan dan melaksanakan fungsi manajemen dengan baik.

Penelitian ini bertujuan : Untuk mengetahui pengaruh *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* terhadap kepuasan nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang dan untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang.

Tipe penelitian yaitu penelitian kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *judgment sampling*, sampelnya berjumlah 100 orang yang merupakan nasabah Bank Jateng Cabang Pemuda di Semarang. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi, dengan uji validitas dan reliabilitas.

Berdasarkan hasil analisis, kesimpulannya adalah: Terdapat pengaruh *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, terhadap kepuasan nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang. Terdapat pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang.

Saran yang dapat dikemukakan pada penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut: Sebaiknya pihak Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang dapat semakin meningkatkan kelima dimensi kualitas pelayannya karena terbukti berpengaruh terhadap kepuasan nasabahnya dan loyalitas nasabah. Hal ini dapat dilakukan dengan cara: menambah fasilitas pendukung seperti ATM, meningkatkan kenyamanan ruang tunggu misalnya AC lebih dingin, melakukan trining petugas sehingga dapat lebih akurat dalam memberikan pelayanan dan informasi kepada nasabah, cepat tanggap dalam menanggapi komplain, karyawan bank supaya lebih peduli kepada nasabah serta melakukan up date teknologi sehingga kepuasan pelanggan meningkat. Pada penelitian selanjutnya dengan topik serupa dapat dilakukan penambahan variabel moderating atau variabel lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

Kata kunci : *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, kepuasan, loyalitas.

Abstract

The development of the banking sector has led to intense competition. Competition requires each bank vying to provide good service to its customers, both in the quality of the service-oriented customer satisfaction or customer (customer satisfaction). Therefore, a bank manager in achieving the objectives of the company must be able to determine the appropriate competitive strategy in creating customer satisfaction and perform management functions well.

This study aims: To determine the influence of tangibility, reliability, responsiveness, assurance, empathy toward customer satisfaction Simpeda Bank Branch Pemuda Semarang Central Java and to determine the effect of customer satisfaction on customer loyalty Simpeda Bank Branch Pemuda Semarang Central Java.

This type of research is quantitative research, with data collection through questionnaires. The sampling technique used judgment sampling technique, the sample of 100 people who are customers of Bank Branch Youth in Semarang, Central Java. The method of analysis used in this study is the regression analysis, the validity and reliability.

Based on the analysis, the conclusion is: There is the influence of tangibility, reliability, responsiveness, assurance, empathy, to customer satisfaction Simpeda Bank Branch Pemuda Semarang Central Java. There is the effect of customer satisfaction on customer loyalty Simpeda Bank Branch Pemuda Semarang Central Java.

Suggestions that can be put forward in this study include the following: Should the Bank Branch Pemuda Semarang Central Java can further improve the quality of the fifth dimension pelayannnya as proven effect on client satisfaction and customer loyalty. This can be done by: adding facilities such as ATM, increasing the comfort of the lounge for example air conditioner cooler, do training officers so that they can be more accurate in providing services and information to customers, rapid response in response to the complaint, the bank employee to be more concerned about the customer and perform up to date technology that increases customer satisfaction. In a subsequent study with a similar topic can be increased moderating variables or other variables that affect customer satisfaction.

Keywords: *tangibility, reliability, responsiveness, assurance, empathy, satisfaction, loyalty.*

PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH MELALUI KEPUASAN
NASABAH SIMPEDA BANK JATENG (Studi Kasus
Pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang)**

Nama Penyusun : Safond Agung Perwira

Jurusan : Administrasi Bisnis

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
pendidikan Strata 1**

Dekan Semarang, Februari 2015
Pembantu Dekan Bidang Akademis

Dr. Sunarto, M.Si
NIP. 19660727 199203 1 001

Drs. Herbasuki Nurcahyanto, M.T.
NIP. 19600318 198710 1 001

Dosen Pembimbing :

1. Dr.Hari Susanta, S.Sos,M.Si (.....)
2. Dra.Sri Suryoko, M.Si (.....)

Dosen Penguji :

1. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si (.....)
2. Dr. Hari Susanta, S.Sos, M.Si (.....)
3. Dra.Sri Suryoko, M.Si (.....)

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Bank merupakan lembaga keuangan yang menjadi tempat untuk menyimpan dana-dana yang berasal dari perusahaan, badan-badan pemerintah dan swasta, serta perorangan dan melakukan kegiatan perkreditan. Berbagai jasa yang diberikan bank adalah melayani kebutuhan pembiayaan serta meluncurkan mekanisme sistem pembayaran bagi sektor perekonomian. Sektor perbankan merupakan salah satu sektor yang penting peranannya dalam pembangunan nasional pada era globalisasi saat ini. Sektor ini bertindak sebagai agen pembangunan. Perbankan merupakan suatu lembaga yang sangat penting dalam menjalankan kegiatan perekonomian.

Kebijakan pemerintah di bidang keuangan, moneter dan perbankan yang dikeluarkan pada tanggal 27 Oktober 1988 atau “Pakto 88” telah membawa pengaruh yang besar dalam dunia perbankan di Indonesia. Mulai saat ini jumlah bank, bank-bank baru maupun kantor cabang bank meningkat dengan pesat. Hal ini tidak hanya terjadi pada bank umum pemerintahan swasta.

Perkembangan bisnis perbankan di Indonesia, menyongsong dan memasuki era globalisasi, diberlakukannya API (*Arsitektur Perbankan Indonesia*) serta penerapan manajemen resiko bagi Bank Umum pada tahun 2012, membawa para pelaku bisnis industri jasa perbankan akan semakin dinamis, dipenuhi tantangan yang di masa mendatang dan ditandai dengan adanya persaingan yang ketat, tidak hanya terjadi di kalangan perbankan lokal dan nasional, namun juga perbankan asing yang memiliki jaringan internasional yang beroperasi di Indonesia. Kondisi persaingan mengharuskan manajemen bank untuk selalu peka terhadap perubahan dan perkembangan lingkungan yang terjadi, serta melakukan perbaikan secara terus-menerus atas kinerja dalam memberikan jasa pelayanan yang memuaskan kepada para nasabah dan pelanggannya.

Perkembangan sektor perbankan ini menimbulkan persaingan yang ketat. Persaingan mengharuskan setiap bank berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang baik pada nasabahnya, baik secara kualitas dengan pelayanan

yang berorientasi pada kepuasan pelanggan atau nasabah (*customer satisfaction*). Oleh karena itu seorang manajer bank dalam usaha mencapai tujuan perusahaan haruslah mampu menentukan strategi bersaing yang tepat dalam menciptakan kepuasan dengan pelanggan dan melaksanakan fungsi manajemen dengan baik.

Usaha yang dilakukan bank untuk memuaskan dan mempertahankan para pelanggan. salah satunya adalah dengan meningkatkan mutu pelayanan. Salah satu penentu kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Pelayanan yang memuaskan pelanggan akan meningkatkan kesetiaan para pelanggan. Perusahaan yang mampu memberikan semua elemen pelayanan yang baik, seperti penanganan pelanggan secara serius, penjualan secara personal, dan seleksi terhadap tindak lanjutnya, akan menjaga kesetiaan pelanggan selama perusahaan mempertahankan pelayanan yang berkualitas.

Jennie Siat (1997) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan kunci menuju sebuah bisnis. Pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang puas. Sementara itu Bohte dalam Jennie Siat (1997) menyatakan bahwa untuk mencapai loyalitas, kepuasan merupakan syarat utama yang harus dipenuhi. Seperti yang dinyatakan Jennie Siat dalam Suryanto (2002) bahwa menciptakan hubungan kemitraan yang baik dengan pelanggan adalah salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan.

Mempertahankan pelanggan yang ada merupakan hal yang sangat penting, karena biaya untuk menarik pelanggan baru ternyata lebih besar daripada biaya untuk mempertahankan pelanggan yang ada. Untuk menjadi menjaga agar pelanggan tidak beralih ke penyedia jasa jenis yang lain, maka perusahaan perlu untuk membangun hambatan-hambatan yang mengikat pelanggan agar pelanggan tetap terus menggunakan produk dan jasa. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan dan terciptanya loyalitas pelanggan (Tjiptono, 1999:24).

Pelanggan yang puas dan loyal (setia) merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Mempertahankan semua pelanggan yang ada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan yang sudah ada (Kotler,2000:60). Jadi mempertahankan pelanggan sama dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Bisnis perbankan merupakan bisnis kepercayaan. Bank harus mampu memberikan rasa aman kepada nasabahnya menyangkut dana yang disimpan atau yang dikelola oleh bank tersebut. Dalam hal penghimpunan dana masyarakat yang salah satu sumber dana bank adalah tabungan, deposito dan giro. Besarnya usaha yang dilakukan perbankan dalam himpunan dana tidak terlepas dari pengalaman setelah kritis di mana peralihan kesegmen pasar perseorangan atau disebut *customer banking* karena prospek pasarnya cukup besar (Kusmayadi, 2009).

Produk *customer banking* dibagi menjadi 2 (dua) yaitu produk dana dan produk kredit. Produk dana bank-bank masih tetap mengandalkan deposito dan tabungan. Dua produk tersebut menjadi pilihan sebab produk tersebut merupakan dasar dari keinginan nasabah. Namun berdasarkan Biro Riset Info Bank tahun 2009, masyarakat lebih tertarik dengan produk tabungan daripada produk deposito. Produk tabungan ini menjadi andalan meskipun bank terpaksa harus mengeluarkan investasi lebih besar untuk mendukungnya (Kusmayadi,2009).

Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang sebagai salah satu pelayanan jasa keuangan pun berusaha terus untuk memberikan pelayanan bagi para nasabahnya. Dengan peningkatan kualitas pelayanan melalui RATER (*responsiveness, assurance, tangible, empathy* dan *reliability*), diharapkan kepuasan pelanggan yang dalam hal ini adalah nasabah Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang akan dapat terpenuhi.

Berdasarkan prasurvey yang telah dilakukan diperoleh fakta bahwa terjadi ketidakpuasan nasabah dalam hal pelayanan di Bank Jateng Semarang. Hal ini dapat diperoleh informasi dari kotak saran yang ada di lokasi Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang. Kotak saran tersebut dibuka satu minggu sekali untuk

melihat kondisi yang terjadi di Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang mengenai kepuasan nasabah yang nantinya akan dapat mempengaruhi loyalitas nasabah terhadap Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang. Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang berusaha agar jasa yang ditawarkan dan disediakan, benar-benar sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Di satu sisi, terjadi peningkatan jumlah pelanggan, namun di sisi lain peningkatan tersebut tidak diimbangi dengan kepuasan pelanggan. Hal ini terbukti dengan masih banyaknya komplain dari pelanggan akibat kurang puasnya atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Jateng Semarang.

Salah satu cara menciptakan pelanggan yang puas yaitu dengan melalui peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Persoalan kualitas sudah menjadi harga yang harus dibayar oleh perusahaan agar tetap dapat bertahan dalam bisnisnya. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Kualitas pelayanan juga mencakup lima dimensi pokok sebagaimana diformulasikan Parasuraman dalam Tjiptono (2004), yaitu dimensi; *tangibility*, *responsiveness*, *assurance*, *reliability* dan *emphaty*. Hal ini serupa dengan penelitian Handayani (2005) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Perbaikan Kendaraan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. New Ratna Motor Semarang”, di mana variabel kualitas pelayanan yang dimaksudkan di-*breakdown* menjadi 5 variabel sebagaimana dikatakan oleh Parasuraman di atas. Penelitian ini pun akan melakukan sesuatu yang sama dengan apa yang dilakukan Handayani, hanya saja kalau Handayani bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, akan tetapi penelitian ini nantinya ingin mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasaban Simpeda Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang,

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Bank Jateng (Studi Kasus pada Nasabah Simpeda Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang)”

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh *tangibility* terhadap kepuasan nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang?
2. Apakah terdapat pengaruh *reliability* terhadap kepuasan nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang?
3. Apakah terdapat pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang?
4. Apakah terdapat pengaruh *assurance* terhadap kepuasan nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang?
5. Apakah terdapat pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang?
6. Apakah terdapat pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang?
7. Apakah terdapat pengaruh *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* terhadap kepuasan nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang?
8. Apakah terdapat pengaruh *tangibility* terhadap loyalitas nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang?
9. Apakah terdapat pengaruh *reliability* terhadap loyalitas nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang?
10. Apakah terdapat pengaruh *responsiveness* terhadap loyalitas nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang?
11. Apakah terdapat pengaruh *assurance* terhadap loyalitas nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang?
12. Apakah terdapat pengaruh *emphaty* terhadap loyalitas nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang?
13. Apakah terdapat pengaruh *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* terhadap loyalitas nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang?

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *tangibility* terhadap kepuasan nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang.
2. Untuk mengetahui pengaruh *reliability* terhadap kepuasan nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang.
3. Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang.
4. Untuk mengetahui pengaruh *assurance* terhadap kepuasan nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang.
5. Untuk mengetahui pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang.
6. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang.
7. Untuk mengetahui pengaruh *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* terhadap kepuasan nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang.
8. Untuk mengetahui pengaruh *tangibility* terhadap loyalitas nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang.
9. Untuk mengetahui pengaruh *reliability* terhadap loyalitas nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang.
10. Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* terhadap loyalitas nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang.
11. Untuk mengetahui pengaruh *assurance* terhadap loyalitas nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang.
12. Untuk mengetahui pengaruh *emphaty* terhadap loyalitas nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang.
13. Untuk mengetahui pengaruh *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* terhadap loyalitas nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang.

Metode Penelitian

Tipe penelitian ini adalah jenis penelitian eksplanatori (*Explanatory Research*). Sebuah penelitian eksplanatori menurut Singarimbun dalam Singarimbun dan Effendi (2000) merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel penelitian dengan pengujian hipotesa. Di dalam penelitian eksplanatori, pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode survey, yaitu penelitian yang dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta mengenai fenomena-fenomena yang ada di dalam obyek penelitian dan mencari keterangan secara aktual dan sistematis.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah keseluruhan elemen yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian (Supramono dan Sugiarto, 2003: 4). Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah Bank Jateng di Semarang.

Sampel

Karena tidak mungkin mengamati semua anggota populasi maka untuk itu dari jumlah populasi tersebut akan diambil sampel. Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu (Supramono dan Sugiarto, 2003: 5). Formula dasar dalam menentukan ukuran sampel untuk populasi yang tidak terdefiniskan secara pasti jumlahnya, sampel ditentukan secara langsung sebesar 100. Jumlah sampel 100 sudah memenuhi syarat suatu sampel dikatakan representatif oleh karena itu, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden yang cukup mewakili untuk diteliti (Cooper dan Emory, 1996: 245) yaitu nasabah Bank Jateng di Semarang.

Teknik Analisis

Teknik analisis data pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan digunakan metode analisis dengan regresi linier berganda. Dalam penelitian ini perhitungan korelasi dilakukan dengan menggunakan aplikasi perangkat lunak (*software*) SPSS (*Statistical Program for Social Science*) for window (SPSS).

Path analysis dilakukan untuk menguji efek langsung dan tidak langsung menggunakan Sobel test dengan rumus:

Sobel test



$$Z\text{-value} = \frac{a*b}{SQRT(b^2 S_a^2 + a^2 S_b^2)}$$

a: unstandardized regression coefficient X (dalam regresi X → M),
S_a²: standard error regression coefficient X yang mempengaruhi M,
b: unstandardized regression coefficient M (dalam multiple regression X & M → Y),
S_b²: standard error regression coefficient M (dalam multiple regression X & M → Y).

Persamaannya adalah sebagai berikut:

$$Z = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Dimana:

Z = kepuasan

Y = Loyalitas

β₁-β₅ = koefisien regresi

X₁ = *tangibility*

X₂ = *reliability*

X₃ = *responsiveness*

X₄ = *assurance*

X₅ = *emphaty*

e = *error*

HASIL PENELITIAN

Pengujian Pengaruh Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empaty Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Jateng

Untuk menguji pengaruh tangibility, reliability, responsiveness, assurance dan empathy secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah Bank Jateng, maka

digunakan analisis regresi linier berganda. Untuk mendukung pernyataan adanya pengaruh antara variabel tangibility, reliability, responsiveness, assurance dan empathy secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan nasabah Bank Jateng diperlukan analisis berdasarkan uji statistik yang telah dilakukan sebelumnya.

Tabel 1.
Rekapitulasi Uji Pengaruh Lima dimensi kualitas jasa Terhadap
Kepuasan Nasabah Bank Jateng

	Konstanta	Koef.	t-hitung	t-tabel	R	R ²	Sig.
	Regresi						
X ₁	1,088	0,219	2,198	1,984	0,930	0,865	0,030
X ₂		0,212	2,139	1,984			0,035
X ₃		0,185	2,017	1,984			0,046
Y ₁		0,301	2,426	1,984			0,017
X ₄		0,265	2,179	1,984			0,032
X ₅							

Sumber: Data primer yang diolah (2014)

Koefisien Korelasi (R)

Uji korelasi ini digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan variabel kualitas pelayanan pada dimensi tangibility, reliability, responsiveness, assurance dan empathy dengan kepuasan nasabah Bank Jateng. Dari hasil analisa regresi berganda, diperoleh bahwa nilai koefisien korelasi (R) adalah sebesar 0,930. Hasil ini menunjukkan adanya hubungan linier yang sangat kuat antara variabel tangibility, reliability, responsiveness, assurance dan empathy dengan kepuasan nasabah Bank Jateng.

Koefisien Regresi Berganda

Analisis regresi sederhana ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan pada dimensi tangibility, reliability, responsiveness, assurance dan empathy terhadap kepuasan nasabah. Persamaan regresi linier berganda yang terbentuk dalam pengujian statistik adalah sebagai berikut :

$$Y_1 = 1,088 + 0,219 X_1 + 0,212 X_2 + 0,185 X_3 + 0,301 X_4 + 0,265 X_5$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diartikan bahwa :

- a. Nilai konstanta sebesar 1,088 mempunyai arti bahwa tanpa adanya pengaruh dari variabel tangibility, reliability, responsiveness, assurance dan empathy, maka besarnya penilaian terhadap kepuasan nasabah Bank Jateng adalah sebesar 1,088.
- b. Koefisien regresi variabel tangibility sebesar 0,219 menyatakan bahwa variabel tangibility mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Jateng sebesar 0,219. Penilaian responden terhadap variabel kepuasan nasabah Bank Jateng akan naik, jika kualitas pelayanan pada dimensi tangibility dipersepsikan semakin baik oleh responden.
- c. Koefisien regresi variabel reliability sebesar 0,212 menyatakan bahwa variabel reliability mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Jateng sebesar 0,212. Penilaian responden terhadap variabel kepuasan nasabah Bank Jateng akan naik, jika kualitas pelayanan pada dimensi reliability dipersepsikan semakin baik oleh responden.
- d. Koefisien regresi variabel responsiveness sebesar 0,185 menyatakan bahwa variabel responsiveness mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Jateng sebesar 0,185. Penilaian responden terhadap variabel kepuasan nasabah Bank Jateng akan naik, jika kualitas pelayanan pada dimensi responsiveness dipersepsikan semakin baik oleh responden.
- e. Koefisien regresi variabel assurance sebesar 0,301 menyatakan bahwa variabel assurance mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Jateng sebesar 0,301. Penilaian responden terhadap variabel kepuasan nasabah Bank Jateng akan naik, jika kualitas pelayanan pada dimensi assurance dipersepsikan semakin baik oleh responden.
- f. Koefisien regresi variabel empathy sebesar 0,265 menyatakan bahwa variabel empathy mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Jateng sebesar 0,265. Penilaian responden terhadap variabel

kepuasan nasabah Bank Jateng akan naik, jika kualitas pelayanan pada dimensi empathy dipersepsikan semakin baik oleh responden.

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diketahui bahwa seluruh variabel bebas memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Jateng. Pengaruh yang diberikan oleh variabel assurance (0,301) lebih tinggi dibanding dengan yang diberikan oleh variabel tangibility, reliability, responsiveness dan empathy. Hal ini disebabkan karena tangibility memiliki peranan penting dalam peningkatan kepuasan nasabah Bank Jateng. Nasabah akan cenderung memilih pelayanan yang nyata dalam menggunakan jasa perbankan.

Uji F

Untuk mengetahui pengaruh dari v kualitas pelayanan pada dimensi tangibility, reliability, responsiveness, assurance dan empathy secara simultan terhadap variabel kepuasan nasabah Bank Jateng, maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji F. Adapun kriteria pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti terdapat pengaruh antara variabel tangibility, reliability, responsiveness, assurance dan empathy secara simultan terhadap variabel kepuasan nasabah Bank Jateng.
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh antara variabel tangibility, reliability, responsiveness, assurance dan empathy secara simultan terhadap variabel kepuasan nasabah Bank Jateng.

Pada derajat kesalahan 5% pada n sebesar 100, *degree of freedom* (df) adalah $k = 5$, maka $n-k-1 = 100-5-1=94$, maka nilai F-tabel (one tail) yaitu 2,70. Dari hasil pengujian diperoleh nilai F-hitung 120,597 maka berdasarkan hasil uji statistik tersebut $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $120,597 > 2,70$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti variabel tangibility, reliability,

responsiveness, assurance dan empathy secara simultan terhadap variabel kepuasan nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang.

Koefisien Determinasi (R^2)

Dari hasil pengujian diperoleh hasil koefisien determinasi (Adjusted r^2) sebesar 0,858. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan variabel tangibility, reliability, responsiveness, assurance dan empathy terhadap variabel kepuasan nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang adalah sebesar 85,9%, sedangkan sisanya sebesar 14,1% dipengaruhi oleh faktor lain selain variabel tangibility, reliability, responsiveness, assurance dan empathy.

Pengujian Pengaruh Lima Dimensi Kualitas Jasa dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Jateng

Untuk menguji hipotesis ke-13, maka akan dilakukan pengujian statistik analisis regresi linear. Berikut ditampilkan rekapitulasi hasil uji statistik yang telah dilakukan.

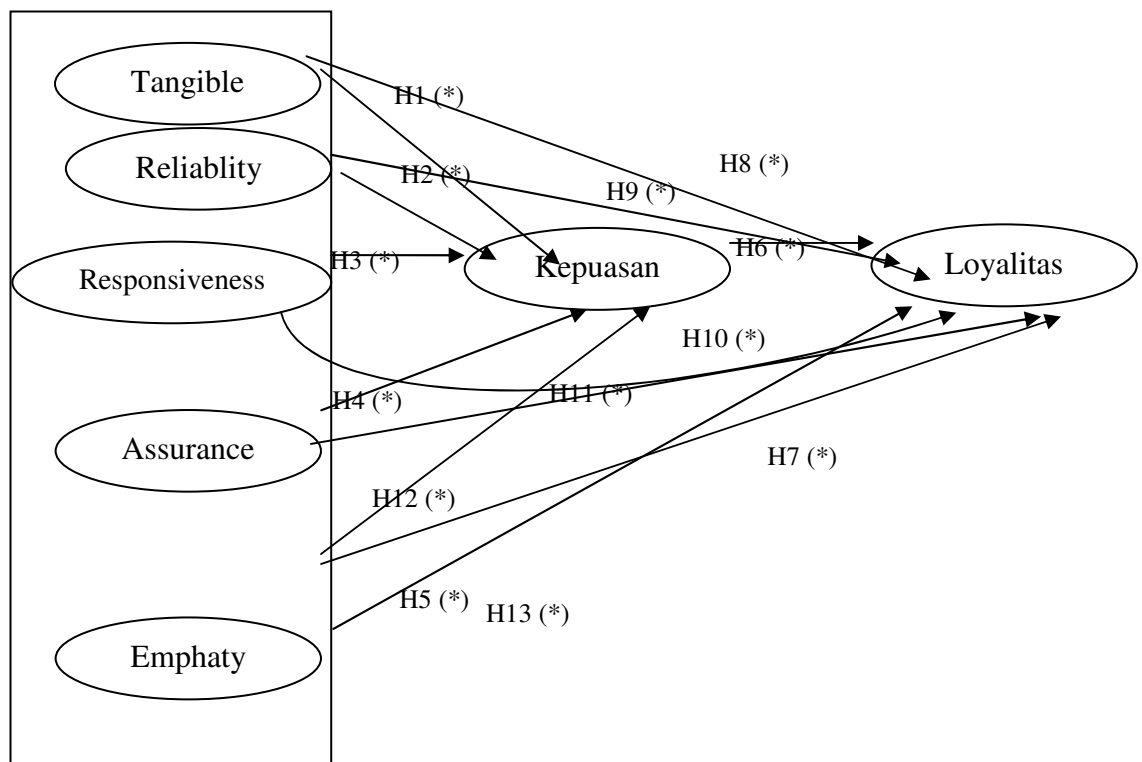
Tabel 2.
Rekapitulasi Uji Pengaruh Lima Dimensi Kualitas Jasa dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Jateng

	F- hitung	F-tabel	Sig.
$X_{1-5}-Y_2$	105,353	2,7	0,000

Sumber: Data primer yang diolah

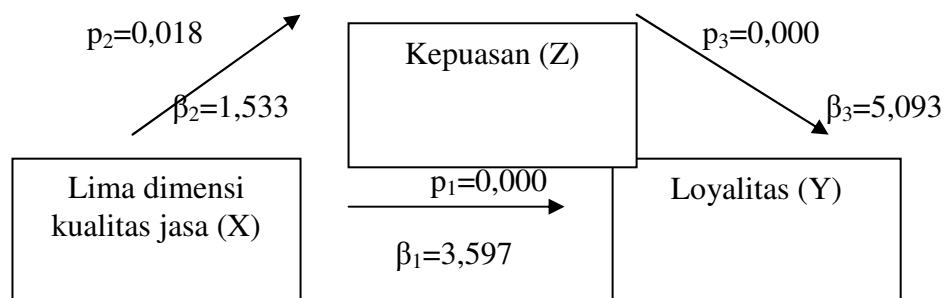
Uji F

Untuk mengetahui pengaruh dari lima dimensi kualitas jasa dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah Bank Jateng, maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji F. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS versi 17.00, dapat diketahui nilai F-hitung sebesar 105,353 sedangkan F-tabel sebesar 2,7. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai F-hitung > t-tabel. Hasil ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_{13} diterima, sehingga ada pengaruh antara lima dimensi kualitas jasa dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang.



Gambar 1.
Hasil Analisis Hipotesis

Analisis terhadap pengaruh direct dan indirect:(Uji Intervening)



Gambar 2. Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung
(Direct dan Indirect)

Pengujian atas uji intervening berdasarkan pada gambar 2. dengan cara melihat pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsungnya yaitu menggunakan uji Sobel test dengan rumus:

Sobel test



$$Z\text{-value} = \frac{a*b}{\text{SQRT}(b^2 S_a^2 + a^2 S_b^2)}$$

a: unstandardized regression coefficient X (dalam regresi X → M),
S_a²: standard error regression coefficient X yang mempengaruhi M,
b: unstandardized regression coefficient M (dalam multiple regression X & M → Y),
S_b²: standard error regression coefficient M (dalam multiple regression X & M → Y).

Sobel test:

$$Z = 1.533 * 3.597 / \text{SQRT}(1.533^2 * 0.114 + 2.875^2 * 0.171) = 4.356$$

Nilai Z value sebesar 4.977 > Z tabel (1.96) sehingga dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara lima dimensi kualitas jasa yaitu *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening. Jadi hipotesis diterima.

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh *tangibility* terhadap kepuasan nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung (19.005) lebih besar daripada t tabel (1.984) sehingga hipotesis diterima. Artinya semakin tinggi *tangibility* maka semakin tinggi kepuasan nasabah.
2. Terdapat pengaruh *reliability* terhadap kepuasan nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung (16.014) lebih besar daripada t tabel (1.984) sehingga hipotesis diterima. Artinya semakin tinggi *reliability* maka semakin tinggi kepuasan nasabah.
3. Terdapat pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung (17.922) lebih besar daripada t tabel (1.984) sehingga hipotesis

diterima. Artinya semakin tinggi *responsiveness* maka semakin tinggi kepuasan nasabah.

4. Terdapat pengaruh *assurance* terhadap kepuasan nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang. Hal ini dapat dilihat dari nilai *t* hitung (16.875) lebih besar daripada *t* tabel (1.984) sehingga hipotesis diterima. Artinya semakin tinggi *assurance* maka semakin tinggi kepuasan nasabah.
5. Terdapat pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang. Hal ini dapat dilihat dari nilai *t* hitung (16.202) lebih besar daripada *t* tabel (1.984) sehingga hipotesis diterima. Artinya semakin tinggi *emphaty* maka semakin tinggi kepuasan nasabah.
6. Terdapat pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang. Hal ini dapat dilihat dari nilai *t* hitung (15.093) lebih besar daripada *t* tabel (1.984) sehingga hipotesis diterima. Artinya semakin tinggi kepuasan nasabah maka semakin tinggi loyalitas nasabah.
7. Terdapat pengaruh *tangibility, reliability, assurance, emphaty emphaty* terhadap kepuasan nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang. Hal ini dapat dilihat dari nilai *F* hitung (120.597) lebih besar daripada *F* tabel (2.70) sehingga hipotesis diterima.
8. Terdapat pengaruh *tangibility* terhadap loyalitas nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang.
9. Terdapat pengaruh *reliability* terhadap loyalitas nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang.
10. Terdapat pengaruh *responsiveness* terhadap loyalitas nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang.
11. Terdapat pengaruh *assurance* terhadap loyalitas nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang.
12. Terdapat pengaruh *emphaty* terhadap loyalitas nasabah Simpeda pada Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang.
13. Terdapat pengaruh *tangibility, reliability, assurance, emphaty emphaty* terhadap loyalitas nasabah Simpeda pada Bank Jateng Semarang.

Saran

Sedangkan saran yang dapat dikemukakan pada penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya pihak Bank Jateng Cabang Pemuda Semarang dapat semakin meningkatkan kelima dimensi kualitas pelayannya karena terbukti berpengaruh terhadap kepuasan nasabahnya dan loyalitas nasabah. Hal ini dapat dilakukan dengan cara: menambah fasilitas pendukung seperti ATM, meningkatkan kenyamanan ruang tunggu misalnya AC lebih dingin, melakukan training petugas sehingga dapat lebih akurat dalam memberikan pelayanan dan informasi kepada nasabah, cepat tanggap dalam menanggapi komplain, karyawan bank supaya lebih peduli kepada nasabah serta melakukan up date teknologi sehingga kepuasan pelanggan meningkat.
2. Pada penelitian selanjutnya dengan topik serupa dapat dilakukan penambahan variabel moderating atau variabel lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

Buku Bacaan

- Ananto, Budi. 2003. *Periklanan, Promosi, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Doney, Peter and Cannon, Jerry. 1997. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Gron, Ross & Jim Aitchison. 2000. *Clueless in Marketing*. Jakarta: Buana Ilmu Populer.
- Hermawan K. 2004. *Marketing Plus Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Indarjo. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Duta Aksara.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jilid I. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. 2000. *Marketing Management: An Asian Perspective*. Singapore: Prentice Hall.
- _____. 2003. *Prinsip Pemasaran*, Jilid 1. Edisi Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*, Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Plus Analisis Kasus PLN-JP*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Setiawan, Jonathan. 2005. *Teori Dan Praktik Riset Pemasaran Dengan SPSS*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Siat, Jennie Sutisna. 1997. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanto, Rachmadi. 2002. *Pengantar Ilmu Pemasaran (Marketing)*. Bandung: Tarsito.

Tjiptono, Fandy dan Diana Wulansari. 2002. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Tjiptono, Fandy. 1999. *Strategi Pemasaran, Edisi. 1*. Yogyakarta: Andi Offset.

_____. 2004. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset.

Umar, Husein. 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Usmara. 2003. *Strategi Pemimpin Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Zeithaml, V.A and Bitner, Mary Jo. 1996. *Service Marketing*. New York: The Mc. Graw-Hill Book Company.

Jurnal dan Penelitian Ilmiah

Handayani, Wuri. 2005. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Perbaikan Kendaraan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. New Ratna Motor Semarang". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.

Heriyus, Albert. 2004. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Swalayan ADA Semarang". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Semarang.

Jasfar. 2002. "Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*.

Kusmayadi dalam. Infobank Edisi 378 Tahun 2009. "Menciptakan Keunggulan Bersaing Bank melalui Perbaikan Kinerja".

Mouren, Michael. 2004. "The Mediating Effects of Multidimensional Commitment on Customer Satisfaction and Product". *Journal of Organizational Behavior and Marketing*. Volume 21:477-486.

Parasuraman et al. 1995. Expectations, Performance Evaluation, and Consumer Perception of Quality". *Journal of Marketing*, Vol. 57, October.